

# 从阿德勒人格理论看中国民营企业家的自卑与超越

周芬<sup>1</sup>, 过国忠<sup>2</sup>

(1. 宁波大学 文学院, 浙江 宁波 315211; 2. 宁波大学 商学院, 浙江 宁波 315211)

**摘要:** 中国的民营企业家作为新的社会阶层之一, 是中国特色社会主义事业的建设者, 是和谐社会构建的一支重要力量。中国的民营企业家因其发展历史而具有特殊的人格表现, 具体表现在某些自卑型人格的出现与自我超越。文章试图从阿德勒的人格理论出发, 探究民营企业家自卑人格的产生根源及其消极影响, 并提出民营企业家超越自卑和完善人格的对策。

**关键词:** 民营企业家; 阿德勒; 自卑人格; 自我超越

**中图分类号:** B849      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1001 - 5124 (2009) 03 - 0121 - 05

民营经济已经成为当今世界经济发展中的重要组成部分, 而民营企业家人格特质与企业的联系也成为中外心理学和经济学学者研究的重点之一, 如 Hermann Brandstaitter 在对企业和企业家人格关系的研究中揭示, 白手起家的企业家比继承企业的企业家拥有更加稳定和独立的心理特征, 同时这些具有稳定和独立人格特质的企业家对自己在企业中的作用和所取得的成就能够获得更大的满足感, 并且倾向于进一步扩大自己的企业。<sup>[1]</sup> 中国的民营企业具有特殊性, 是在政府启动、政策拉动和国家政策不健全的情况下, 拾遗补缺成长起来的, 这与真正的在市场竞争中成长起来的企业存在很大的差异, 这种差异造成了中国大部分民营企业家与真正的企业家在素质方面存在很大差距。同时, 在第一代民营企业家里, 很多都是为生计所迫才走上经商办实业的道路, 在改革开放以后成为一个新的社会阶层。他们特殊的成长背景, 在一定程度上影响了他们的人格完善, 一些民营企业家白手起家有所成就, 但是其自身素质相对一些国有企业管理者等还相对欠缺。此外, 由于受到长期的封建体制与后来的计划经济体制的束缚, 在中国人的传统观念里, 民营企业家是一个受到普遍贬抑的阶层, 没有得到与其贡献相配的社会地位与公众认同, 无商不奸、唯利是图、投机倒把等曾一度成为民营企业家的本质属性的代名词, 完全忽视了民营企业家作为社会物质财富创造者、经济发展推动者的正面角色。正是由于这种种因素, 在一定程度上导致中国的一些民营企业家出现人格缺陷等问题, 其中民营企业家的自卑人格与超越, 成为目前学者关注的重点之一。本文在深入分析中国民营企业家自卑心理的基础上, 根据心理学家阿德勒所提出的人格理论探讨民营企业家自卑人格的根源, 并提出超越自卑人格的对策。

## 一、阿德勒的人格理论

阿德勒认为, 人格的形成与人的主观因素和社会因素有关, 并强调个体是一个完整统一的有机体, 与社会其他部分相互作用、相互影响; 但他又强调人格的独特性, 每一个人的性格都是一种独特的组合, 个人的行为显示他自己独特的生活风格。

### (一) 人格动力学理论

阿德勒的人格理论是以社会文化为取向的。他认为社会的价值观念、人的社会性是行动的动力, 并用“自卑及其补偿”、“侵犯驱力和男性反抗”、“追求卓越”等概念表述人类行为的动力特征。个体

收稿日期: 2008 - 05 - 15

基金项目: 浙江省哲学社会科学规划重点课题 (07CGSH004Z)。

第一作者简介: 周芬 (1981 -), 女, 浙江杭州人, 宁波大学文学院讲师。

具有一种人格统一于某个总目标的内驱力,这种内驱力称为“追求优越”,人的一切行为都受“向上意志”的支配,<sup>[2]</sup>因此羡慕别人、胜过别人、征服别人等行为都是追求优越的人格表现。在追求优越的过程中可能会产生两种结果,追求优越既可能成为向上的动力,激励人去追求更大的成功;另外也可能会由于追求自己个人优越,而忽略他人和社会的需要,变得骄傲、专横、虚荣自大、妄自尊大,缺乏社会兴趣。

### (二) 生活风格理论

阿德勒认为,生命早期在形成人格方面具有重要影响力。儿童到了四五岁时,“生活风格”就已作为一种原型而固定下来,并且难以改变,这就为他处理以后所有的经验提供了规格。<sup>[3](15)</sup>同时阿德勒还强调家庭是人格发展的一个很重要的因素。人在四岁以前受外部环境的影响所形成的行为模式,将成为他一生中不易更改的生活风格而固定下来。每个儿童在家庭中所处的情况不同,家庭的经济状况、社会地位、父母的性格、兄弟姐妹的相处,以致邻居的关系和亲友的交往等,处处都对他产生影响。<sup>[3](105-133)</sup>儿童在不同的情境中,总是想法设法去寻求行之有效的补偿方法,克服自己的自卑感,以求适应环境和生活。这正是阿德勒的“生活风格”的内蕴所在。

### (三) 社会兴趣理论

在社会兴趣理论中,阿德勒着重指出了自卑与社会兴趣的密切联系。从他研究器官自卑开始就把自卑感的定义和社会情境联系在一起了。阿德勒认为人出生后就带有自卑感,这种自卑感很自然导致儿童去补偿以获得优越感。由于儿童出生以后很软弱必须在别人的照顾下才能生活,所以儿童会产生对他人的兴趣以补偿他的自卑。<sup>[3](13-15)</sup>在与别人的交往过程中,儿童才能逐渐克服自己的软弱。因此自卑感和社会兴趣密不可分,人依靠发展社会兴趣来弥补自身的不足。

### (四) 自卑与补偿

在阿德勒的人格理论中相当重要的一项内容就是对自卑(inferiority)与补偿(compensation)的论述。阿德勒坚持自卑感是人的行为的原始的决定力量或向上意志的基本动力。人天生有一种争强好胜、追求优势地位的本能冲动的力量,因为人一出生起就处于弱小、卑微、幼稚、依赖和无助的境地,都体验着自卑,对优越感的追求是所有人的通性。<sup>[3](61)</sup>因此,阿德勒认为自卑感是人与生俱来的一种心理现实。

每个人克服自卑、寻求优越感的方式各不相同,大致可以分为两种:一种是补偿不当,另一种是适当补偿。补偿不当指的是缺乏或过度补偿,这都会引发自卑情结,甚至患有神经症;而当一个人面对自卑而积极地寻求适当补偿,追求优越时,自卑感则成为催人上进的推动力,使人不断开拓进取,体验积极的生活。一个适当补偿的人,当他的努力在某方面受到阻挠时,他就能在另一方面找到新门路,获得自我实现和自我价值。

阿德勒认为自卑情结都是由错误的生活风格导致的,因此要超越自卑,就要树立正确的生活意义。阿德勒认为促使人类行动的动机,是个人对未来的期望(虚构),而不仅是他过去的经验。阿德勒把这种虚假的目标称为“自我的理想”,<sup>[4]</sup>它们能使人类按照其期待,做出各种行为,个人则能借之获得优越感,并能维护自我尊严。所以,要改变自卑情结者的行为方式,就必须让他们分析自己的生活目标,改变对自己或世界的看法,重新鼓起勇气,才有可能克服自卑。但是个人的生活意义多不相同,没有绝对正确的。真正的生活意义在于对别人和社会发生兴趣以及能与人合作,在于相互交往形成的合力而产生有价值的东西,这也就是阿德勒所提出的“社会兴趣”。每个人应积极参与社会,并在贡献社会中超越自卑,实现自我价值。

## 二、中国民营企业家自卑型人格的特点及其产生的根源

### (一) 中国民营企业家自卑型人格的特点

20世纪70年代末,私营经济的再生打破了公有制经济的一统天下,但是,国家经济政策上的开放并不代表国家政治环境和国民在经济思想上的开放,民营企业还不被社会接受和认可,民营企业

家一度对自己、对企业和对政策都没有信心。1992年邓小平南巡讲话和同年党的“十四大”召开,私营经济迎来了发展的春天,民营企业如雨后春笋般迅速发展起来,涌现出不少成功的民营企业家。人们对于那些率先“吃螃蟹”的人既羡慕又十分崇敬,许多青年人甚至视优秀的民营企业家为偶像。民营企业家们也不再没有信心,取而代之的则是自豪和骄傲。但是,过犹不及,迅速的拔高也让他们陷入了过度自信的泥淖,一部分民营企业家在对待成功和失败的看法上,存在一些思想上的问题,出现如企业里的造神运动、企业英雄主义、轻度妄想症和赌徒心理<sup>[5]</sup>等,他们所表现出的人格障碍不得不引起社会的关注。

缺乏自信也好,过度自信也好,看似截然不同,归根究底都是个体自卑所致。民营企业家自卑心理的产生可能有其历史和时代因素,但个体心理学告诉我们,更重要的是取决于个体对事件的认知评价及对生活事件的体验。不同的个体对同一生活事件有不同的评价,从而产生不同的心理反应。正如阿德勒所说,具有自卑情结的人在缺乏补偿时,面对自己的卑微、无能而消极,不敢正视现实,放弃自我改善处境的想法;而在过度补偿时,他们为了摆脱卑微,极力寻求另外一种满足,以掩饰其自卑感,甚至不顾别人的需要和社会的要求,只专注追求个人优越,对自己缺点克服过犹不及,变本加厉地自我表现,专横跋扈,贬低他人。

### (二) 中国民营企业家自卑型人格产生的根源

中国民营经济的从业人员最初大部分是在那些从传统体制里不能得到更多更好利益的人员中发展起来的,加之当时短缺经济,民营经济的发展较为容易,因而使得民营经济的一些从业人员先天的存在着素质上的缺陷,表现在个人的修养、受教育的程度以及人际交往的层面等都有一定的局限;而在现代社会,民营企业家的文化水平参差不齐,部分民营企业家缺乏应有的生产经营知识,原本的文化根底也不厚实,又缺乏必要的系统学习,对现代科学技术、管理模式、市场经营知识所知甚少,这无疑都成为了他们最大的缺陷,导致民营企业家深刻的自卑;此外,中国传统观念对这一阶层的贬抑,特别是在社会中与国有企业所享有的待遇有所差别,也在一定程度上成为民营企业家产生自卑的根源之一。这一点已在 Rosalind 等人的研究中所证实。<sup>[6]</sup>他们提出,在地位上占据优势的团体比那些处在次要位置的小团体具有更加强烈的优越感,处在次要位置的团体则具有更加强烈的自卑感,而这两种感觉又反过来增强或减弱他们的自尊感,使得处在次要位置的团体具有低自尊的人格特性。

为了补偿自卑,民营企业家不断的追求在其他方面的优越感,寻求成功,如扩大企业的影响力,在生活上寻求高人一等的感觉,等等。当他们补偿不当时,过分专注于对自身优越感的追求而忽略了对社会兴趣的追求,无论是缺乏补偿还是过度补偿,都会导致民营企业家自卑型人格的产生。

在个体补偿自卑的过程中,也可能出现个体由于补偿的不断失败而陷入自卑的心理状态,最终完全被自卑感压垮;或者,其所转向的补偿是消极的甚至畸形的,确立了错误的生活目标,不仅无法使个体获得正常发展,反而会给其带来极大的坏处。当个体发现的自卑感较少,并能够及时补偿,则会不断发现新的自卑感,不断进行新的补偿,以此循环,成为一个人发展的基本动力。但是如果个体在补偿自卑的过程中所遇到的障碍过多,便成了阻碍个人成长的破坏力量,使其心理变得特别脆弱,补偿作用就容易失效。若个体追求优越所设立的目标多数未能实现,未能随着外在环境的变化而做出有效调整与应对,那么外在情境便由正常转化为具有威胁性的,给个体带来巨大心理压力,同时这种补偿的失败尤其是不断的失败将会对个体造成累积性影响,则会加重个体的自卑情结。因此当中国民营企业家追求优越的同时并没有得到恰当的补偿,经过不断的累积使得他们在人格上表现出的自卑更加明显,也越来越偏离心理健康的轨道。

### 三、自卑情节对民营企业家的消极影响

自卑情节容易使人产生孤立、离群的心理,并且抑制个体的自信心、荣誉感和成就感。特别是当人的缺陷受到周围人们的轻视、嘲笑、侮辱时,自卑心理往往会大大加强,甚至以畸形的形式,如

嫉妒、暴怒、自欺欺人、抑郁等方式表现出来,长此以往,会导致个体的认知偏差,产生情绪障碍,销蚀人的斗志,甚至会出现自杀行为。

民营企业家的自卑型人格,导致他们不能客观的对待外部世界,在企业事务的处理上容易产生自我评价过低,缺乏自信,总感觉事事不如他人,特别是认为自身与企业在社会上没能享有公平的待遇;自卑情节的存在使他们心理的成熟度和稳定性降低,从而影响对周围环境特别是市场经济的正常判断和认知,造成过度焦虑、恐惧、抑郁等消极的情绪反应,这种消极的情绪反应又会进一步强化其自卑感;在认知偏差和消极情绪的影响下,自卑型人格的民营企业家的斗志被渐渐消磨,无论是事业还是生活中都失去了目标和前进的动力,使得他们或者自暴自弃、一蹶不振,或者在人前夸大自身的财势,打肿脸充胖子。而自卑型人格的最大危害在于导致自杀行为的出现,当今社会中真实发生的民营企业家自杀事件也不在少数。自杀行为的出现,正是由于自卑型人格所带来的一系列的消极影响使他们自我防御能力降低,采取自我毁灭这种极端的做法来回避冲突和压力。

#### 四、中国民营企业家超越自卑的对策分析

自卑感表现为心理上的一种紧张状态,人们无法长期忍受这种状态,一定会采取某种行动,做出补偿,以克服并超越这种自卑状态。阿德勒在其理论中提出:“我们每个人都有不同程度的自卑感,因为我们都发现我们自己所处的地位是我们希望加以改进的。如果我们一直保持我们的勇气,我们便能以直接、实际而完美的唯一方法——改进环境——来使我们脱离掉这种感觉。”<sup>[7]</sup>可见自卑感是来源于人的生命过程中最大限度地实现生命价值的渴求,同时也是对发展、争取和成就更高欲望目标的追求,而自卑能否成为个体追求优越的动力,关键在于个体对待自卑感的方式。对于民营企业家来说,如何转变自卑情节对自身的不利影响,使自卑成为向上发展和取得更大成就的动力,将生命价值逐渐升华而指向完美,关键在于他们的生活风格是否转变为社会利益型风格。

首先,应该让民营企业家对自己的生活风格有透彻的了解,在此基础上为了使其面对自己的自卑感,采取鼓励和肯定的手段,以帮助他们提高克服困难的勇气,鼓励他们在应付事业和生活的问题时做出有意义的选择。

其次,帮助民营企业家准确定位,让他们意识到自己的优势并建立优势目标。阿德勒提出,如果一个人有一个始终存在的目标,那么他的每一种心理倾向都带着某种强迫性去追随这个目标,就好像存在着一种他必须遵循的自然法则一样。<sup>[3](8)</sup>因此,政府可以通过一些政策措施和教育,协助民营企业家认识到民营企业在经济中的重要性以及其自身的重要性,建立符合自己发展的优势目标,鼓励民营企业家投身公益事业,将对自身优越的追求转变为对社会优越的追求,形成社会利益型人格。

此外,重视对民营企业家自身素质的教育。阿德勒认为,教育能影响个体的志向和动机,应当以培养个体的乐群的社会兴趣为中心。同时在教育时要注意培养个体对自己能力的信心,培养他们提高自己能力的恒心与勇气,以克服其自卑感。但在教育的过程中应注意不要培养个体不切实际的过于远大的雄心。<sup>[3](134-154)</sup>因此在教育中培养民营企业家的社会利益型生活风格的形成,并帮助他们客观评价自我,完善自我人格。

#### 参考文献

- [1] BRANDATAITTER H. Becoming an entrepreneur-a question of personality structure?[J]. Journal of Economic Psychology, 1997, 18: 157 - 177.
- [2] 阿德勒. 理解人性[M]. 陈太胜, 译. 北京: 国际文化出版公司, 2000.
- [3] 阿德勒. 自卑与超越[M]. 黄光国, 译. 北京: 作家出版社, 1986.
- [4] 阿德勒. 让生命超越平凡[M]. 李心明, 译. 北京: 西苑出版社, 2003.
- [5] 吴光炳. 民营企业家人格障碍及克服[J]. 福建论坛: 经济社会版, 2001(1): 30 - 31.
- [6] ROSALIND M C, BRIAN S L, ERIC D K. The two faces of dominance: The differential effect of ingroup superiority and outgroup inferiority on dominant-group identity and group esteem[J]. Journal of Experimental Social Psychology, 2007, 12: 1 073 - 1 081.
- [7] 阿德勒. 阿德勒人格哲学[M]. 罗玉林等, 译. 北京: 九州出版社, 2004.

## Chinese Private Entrepreneurs' Inferiority and Surpassing Of Inferiority

ZHOU Fen<sup>1</sup>, GUO Guo-zhong<sup>2</sup>

( 1. Faculty of Liberal Arts, Ningbo University, Ningbo 315211, China; 2. Faculty of Business, Ningbo University, Ningbo 315211, China )

**Abstract:** Chinese private entrepreneurs have some special personality traits due to the history of their development, which are reflected by their sense of inferiority and surpassing of the sence of inferiority. Based on the personality theory of Alfred Adler this article explores the source of Chinese private entrepreneurs' inferiority complex and its negative influence, and with this exploration suggests effective measures for the entrepreneurs to overcome the inferiority complex and perfect their personality.

**Key Words:** private enterprise owner; Alfred Adler; inferior personality; surpassing of inferiority

( 责任编辑 王 抒 )

\*\*\*\*\*  
( 上接第 120 页 )

- [ 10 ] JUDGE T A, BONO J E, ILLIES R, et al. Personality and leadership: A qualitative and quantitative review[J]. Journal of Applied Psychology, 2002, 87: 765-780.
- [ 11 ] PFEFFER J. Organizational theory and structural perspectives on management[J]. Journal of Management, 1991, 17: 789 - 803.
- [ 12 ] IGBARIA M, CHIDAMBARAM L. The impact of gender on career success of information system professionals: A human capital perspective[J]. Information Technology & People, 1997, 10 ( 1 ): 63 - 86.
- [ 13 ] RACHEL D, TAMMY D A. The relationship between career motivation and self-efficacy with protégé career success[J]. Journal of Vocational Behavior, 2004, 64: 72 - 91.
- [ 14 ] 刘宁, 张正堂. 无边界职业生涯时代职业成功的评价标准[J]. 经济管理, 2006 ( 9 ): 66 - 67.
- [ 15 ] BANDURA A. Self efficacy: The exercise of control[M]. New York: Freeman, 1997.
- [ 16 ] PAUL G W, CLAARTJE J V. Predicting management career success from Assessment center data: A longitudinal study[J]. Journal of Vocational Behavior, 2006, 68: 253 - 266.

## A Review of Studies on Career Success

LI Yong-xin, WANG Zhi-tao

( Institute of Psychology &amp; Behavior, Henan University, Kaifeng 475004, China )

**Abstract:** Career success may be defined as the accomplishment of desirable work-related outcomes at any point in a person's work experiences over time. It can be measured in two fundamentally different ways, subjective career success and objective career success. The predictors of career success can mainly be classified into human capital, organizational support, socio-demographic status, and stable individual differences. Future studies should not only attach importance to objective career success, but emphasize subjective career success more. Researchers need to systematically investigate mechanisms that each predictor acts on career success and improve scientificness of research methods.

**Key Words:** career success; objective career success; subjective career success

( 责任编辑 王 抒 )